

'Groningse winkeliers kunnen meer doen om Duitse klanten te lokken'

Groningse winkeliers kunnen veel meer doen om Duitse klanten te lokken. Ze laten kansen liggen, terwijl onze oosterburen een zeer interessante markt kunnen vormen. Zeker tijdens de Kerstdagen.

Dat was maandagavond 10 november de boodschap van de Duitse communicatie-deskundige Battina Fabich uit Oldenburg. Ze was een van de sprekers tijdens de Algemene Ledenvergadering die deze keer werd gehouden in het gebouw van de Milleudieral in de Dunkerkerstraat. De vergadering werd uitstekend bezocht; alle bezoekers kregen een warm onthaal en een interessante inleiding over zijn bedrijf van algemeen directeur H. Bakker. Mevrouw Fabich is gespecialiseerd in het onderwerp culturele verschillen tussen Nederlanders en Duitsers en gaf tijdens haar inleiding aan hoe die er voor kunnen zorgen dat het zakendoen soms faliekant mislukt. Het gaat daarbij niet om grote verschillen, maar juist om kleine die onopgemerkt blijven en daardoor juist voor problemen kunnen zorgen. Ze liet weten dat ondernemers in Groningen volgens haar meer kunnen doen om de Duitse consument te lokken. Die vinden het prachtig om een bezoekje te brengen aan Groningen; dichtbij, maar voor hen toch duidelijk buitenland. En in het buitenland geeft men graag wat

meer uit. En dan komt het soms voor dat het winkelpersoneel geen antwoord durft te geven op in het Duits gestelde vragen. En dat terwijl het toch eenvoudig is om medewerkers op een beleefde manier enkele Duitse zinnen te laten zeggen, op een correcte wijze', zo bevestigde Fabich. Volgens haar is Kerstmis in Duitsland een zeer sterke aanleiding om cadeautjes te kopen. 'Alleen weet men op het laatst niet meer wat men aan elkaar moet geven. Dan is het slim om mensen naar Groningen te lokken om

daar bijzondere aankopen te doen. Groningse bedrijven zouden daar gebruik van moeten maken.' Ze pleitte met name voor een cadeaubon. Een cadeaubon uit Groningen zou het in Oldenburg en omgeving vast heel erg goed doen, zei ze.

Dvengens had ze ook kritiek op de promotie van Groningen in Duitsland. In één advertentie in een Duitse krant had ze vijf tafelfouten gezien. 'Dat werkt niet bij ons', aldus de Duitse communicatie-deskundige.



Er was opnieuw veel belangstelling voor de algemene ledenvergadering.